

Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Odsjek za komparativnu književnost

Zagreb, 25. veljače 2014.

Narcizam i Facebook: Projekcija idealnog sebstva i konstrukcija virtualnih identiteta na društvenim mrežama

DIPLOMSKI RAD

Mentorica:
dr. sc. Željka Matijašević

Studentica:
Ivana Butigan

Sadržaj

1. Uvod.....	2
2. Ličnost.....	2
2.1. Identitet.....	3
2.2. Poremećaj ličnosti	5
3. Narcizam.....	6
3.1. Mit.....	6
3.2. Klasifikacija.....	7
3.3. Psihoanalitičko tumačenje narcizma.....	9
3.4. Etiologija.....	11
3.5. Model sigurne i nesigurne privrženosti	11
3.6. Drugo lice narcisa: Zatvaranje narcističkog kruga	13
3.7. Mehanizmi obrane	15
3.8. Implikacije za odnose	18
4. Društvene mreže.....	20
4.1. Utjecaj društvenih mreža na konstrukciju identiteta.....	21
4.2. <i>Online</i> osobnost i <i>offline</i> reperkusije.....	23
5. Narcizam i Facebook	25
5.1. Aspekti društvenih mreža koji pogoduju narcizmu.....	27
5.2. Pregled istraživanja o povezanosti narcizma i društvenih mreža	29
6. Zaključak.....	33
7. Bibliografija:	34

1. Uvod

Tema je ovog diplomskog rada narcizam te načini na koje se on ispoljava u društvenim mrežama. Zbog širine pojma društvenih mreža, za analizu je kao ogledni primjer izabran Facebook jer ima postojanu strukturu koja ne dopušta značajno variranje od profila do profila, te je kao takav pogodan za analizu.

U teorijskom dijelu rada definiran je pojam ličnosti i identiteta, a zatim i pojam poremećaja ličnosti te, konačno, pojam narcističkog poremećaja ličnosti. Nadalje, ponuđene su definicije društvenih mreža, kao i kratak opis principa njihovog funkcioniranja te načini na koje se one razlikuju od ranijih virtualnih zajednica. Budući da je za ovaj rad vrlo bitan proces preuzimanja identiteta, također je opisan proces projekcije idealnog sebstva i konstrukcije virtualnih identiteta, kao i njihov odnos s *offline* identitetima. Nakon teorijskog dijela slijedi pregled relevantnih istraživanja. Sažimanjem njihovih rezultata i zaključaka, ovaj rad je pokušao dati uvid u uzročno-posljedične veze aktivnosti narcističkih pojedinaca na društvenim mrežama te njihovog eventualnog utjecaja na društvo i u njemu rastuću epidemiju narcizma.

2. Ličnost

Kako bi se mogao definirati narcistički poremećaj ličnosti, potrebno je najprije odrediti što čini ličnost, te koji su uvjeti za dijagnosticiranje poremećaja ličnosti.

Postoji više definicija ličnosti; primjerice, Hrvatski jezični portal ličnost definira kao „funkciju kojom neka osoba postaje svjesna svojega ja kao jedinstvenog i trajnog subjekta“, a kao sintagme u kojima se često pojavljuje navodi poremećaj ličnosti, podvojena ličnost, raspad ličnosti. Isti izvor kao jedno od značenja pojma osobnost navodi „ukupnost odlika koje čine izuzetnost i neponovljivost osobe, karakteristični način na koji osoba razmišlja, osjeća i ponaša se i koji čine vlastiti stil života i način življenja; ličnost“ (<http://hjp.novi-liber.hr>). Osim toga ličnost možemo definirati kao specifičan i karakterističan obrazac misli, emocija i ponašanja koji čini osobni stil interakcije pojedinca s fizičkom i društvenom okolinom (Atkinson i Hilgard, 2007:455).

Među brojnim se istraživačima ličnosti pojavio konsenzus prema kojem pet dimenzija osobina – *pet velikih*- zahvaća većinu onog što smatramo ličnošću (Ozer i Reise, 1994.; prema Atkinson i Hilgard, 2007:455). Tih 5 velikih osobina koje

obuhvaćaju sve aspekte ličnosti su otvorenost prema iskustvu, savjesnost, ekstraverzija, ugodnost i neuroticizam (Atkinson i Hilgard, 2007:455). Osobnost je dinamička organizacija psiho-biološkog sustava koja se na okolinu prilagođava iskustvom i valja je razlikovati od temperamenta koji je biološka predispozicija ili skup autonomnih odgovora na emocionalne podražaje koji oblikuju i utječu na osobnost, a uvelike je nasljedan, stabilan tijekom vremena i temeljen na emocijama, a nije podložan društvenom i kulturnom učenju. No, koliko će određene karakteristike temperamenta biti izražene, odnosno prigušene, uvelike ovisi o kulturnom i društvenom okruženju i u toj interakciji se stvara osobnost (Gunderson i Hoffman, 2005.; prema Janeš, 2012:2).

Karakterne osobine i njihove mnogobrojne kombinacije, koje uostalom čine osobnost, nalaze se na kontinuumu između patologije i zdravlja te predstavljaju izazov pri definiranju poremećaja (Hoffman i McGlashan, 2002.; prema Janeš, 2012:2).

2.1. Identitet

Uz pojam ličnosti usko je vezan i pojam identiteta (lat. *identitas*, od *idem*, isto).

Veliki rječnik hrvatskoga jezika identitet definira kao:

1. odnos po kojemu je u različitim okolnostima nešto jednako samo sebi, istovjetno sa samim sobom; odnos koji svaki objekt susreće isključivo sa samim sobom; potpuno isto
 2. ukupnost činjenica koje služe da se jedna osoba razlikuje od bilo koje druge (ime i prezime, opis itd.)
 3. osjećaj pripadnosti pokretu, grupi, organizaciji, religiji, naciji; prihvatanje i isticanje te pripadnosti [utvrditi ~]
 4. *mat.* jednakost koja vrijedi za sve vrijednosti varijabli koje sudjeluju u toj jednakosti; istovjetnost, identična jednakost
 5. *fil.* osjećaj sebe sama i sklada ličnosti tijekom vremena [kriza ~a]
- (Anić, 2004:425)

Identitet istovremeno označava i potpunu istovjetnost, istost (sebi/nekoj skupini) i jedinstvenost, različitost (u odnosu na druge ljude/skupine). Poimanje samoga sebe,

baš kao i svijest o tome kako nas doživljavaju drugi, bitna je sastavnica identiteta. Rosenberg poimanje sebe definira kao ukupnost razmišljanja i osjećaja osobe u odnosu na sebe kao objekt (Mehdizadeh, 2010:357). Bradley razlikuje osobni identitet od društvenog identiteta. Osobni identitet odnosi se na konstrukciju sebstva, na naš osjećaj samih sebe kao jedinstvenih pojedinaca, te na našu samopercepciju i ideju o tome kako nas vide drugi, dok se društveni identitet odnosi na način na koji se pojedinci pozicioniraju unutar društva u kojem žive, te na način na koji ti pojedinci percipiraju druge koji ih pak na svoj način pozicioniraju u društvu (Bradley, 1996:24; prema Cifrić i Nikodem, 2006:177).

Konstrukcija identiteta podrazumijeva određene odnose koji se mogu svesti na pet temeljnih individualnih ili kolektivnih odnosa: odnos prema sebi, prema drugima, prema svijetu, prema prirodi i prema bogu (Cifrić, 2004:227; prema Cifrić i Nikodem, 2006:175). Konstrukcija je identiteta proces koji uključuje *objave identiteta* koje čini osoba koja određeni identitet preuzima i *smještaj identiteta* koji čine drugi koji potvrđuju preuzeti identitet (Mehdizadeh, 2010:357).

Stuart Hall razlikuje dva modela proizvodnje identiteta. Prvi model polazi od toga da u svakom identitetu postoji neki unutrašnji i esencijalni sadržaj koji je određen ili zajedničkim porijeklom ili zajedničkom strukturom iskustva ili s oboje. Drugi model naglašava nemogućnost tako potpuno konstituiranih i izdvojenih identiteta. Taj model negira postojanje autentičnih identiteta utemeljenih na univerzalnem zajedničkom porijeklu iskustva. Unutar ovog modela identiteti su uvijek u relaciji i nepotpuni, uvijek u procesu izgradnje (Hall, 1990:222-237; prema Cifrić i Nikodem, 2006:174).

Identitet, kao poveznica između sebstva i drugih, ne podrazumijeva samo vezu između toga kako netko vidi samoga sebe i kako ga drugi vide, već i vezu između želja i mogućnosti da se one ostvare u određenoj društvenoj strukturi. Konstrukcija identiteta uključuje vezu između osobnog i društvenog, aktivno sudjelovanje onih koji zauzimaju određene identitete (višestrukost identiteta koja je povezana s mnoštvom društvenih uloga), te sličnost i različitost s drugima koja se očituje kroz simbole i predstavljanje. Osim toga, konstrukcija identiteta pretpostavlja simboličko zamišljanje samoga sebe, što ovisi i o drugima. Organizacija i ustroj društva također su važni za oblikovanje identiteta (Cifrić i Nikodem, 2006:175). Mead svoju koncepciju osobe temelji na pojmovima *ja* (I) i *mene* (Me). *Ja* (*ja kakav jesam*) je u stalnoj interakciji s *mene* (*ja kako me drugi vide*). *Mene* predstavlja stavove

društvene grupe, odnosno tzv. *generaliziranog drugog*, gdje se kroz interakciju preuzimanja uloga drugih internaliziraju grupne vrijednosti kao vlastite (Jary, 2000:374-375; Ritzer, 1997:188; prema Cifrić i Nikodem, 2006:175). Za Meada, identiteti nastaju u društvenom kontekstu, kroz razmišljanje pojedinaca o tome što ih veže uz društveni svijet i kroz njihovo simboličko predstavljanje samih sebe. Upravo pitanje predstavljanja samoga sebe u svakodnevnom životu analizira Erving Goffman koji, kako je poznato, u tom smislu ističe *izvedbenost za publiku* (Woodward, 2004:12-15; prema Cifrić i Nikodem, 2006:175).

Ideja identiteta kao fikcije ulazi u *svijet života modernih ljudi*. Ona se rađa iz krize pripadanja, u naporu spajanja onoga što *bi trebalo biti* i onoga što *jest*. Identitet nastaje u procesu *prepravljanja* stvarnosti prema standardima ideje. Bauman smatra da je pitanje identiteta moglo ući u *svijet života* jedino kao zadatak, koji-još-nije već tek-treba-biti, odnosno kao nedovršeni zadatak (Cifrić i Nikodem, 2006:177).

2.2. Poremećaj ličnosti

Prema DSM-IV-TR, kako bi se osobi mogao dijagnosticirati poremećaj ličnosti, potrebno je zadovoljiti sljedeće kriterije:

- Dugotrajan obrazac iskustva i ponašanja koji značajno odstupa od društvenih očekivanja, a očituje se u najmanje dvije od sljedećih područja: kognitivnom, afektivnom, međuljudskom funkcioniranju i kontroli impulsa;
- Obrazac koji je stalno prisutan i ne mijenja se kroz širok spektar situacija;
- Poremećaj dovodi do klinički značajnog distresa i poremećaja u funkcioniranju;
- Stabilan je i dugotrajan te se njegov početak može pratiti od početka adolescencije ili mlađe odrasle dobi;
- Simptomi se ne mogu bolje objasniti drugim mentalnim poremećajem;
- Poremećaj nije uzrokovan drugim medicinskim stanjem ili uporabom lijekova i drugih tvari. (APA, 2000.; prema Janeš, 2012:2)

Iz navedenih se kriterija iščitava kako poremećaj ličnosti nije moguće dijagnosticirati prije određene dobi. Stajalište DSM-IV-TR (APA, 2000.) jest da, s iznimkom antisocijalnog poremećaja za koji je potrebna minimalna starost od 18 godina, ostali poremećaji ličnosti mogu biti dijagnosticirani u djece i adolescenata, no ističu kako su

poremećaji ličnosti rijetki u djetinjstvu i adolescenciji te je, kako bi se isključile prolazne smetnje u razvoju ličnosti, potrebno trajanje simptoma u vremenu od najmanje godinu dana. Suprotno stajalištu DSM-a, sve je više dokaza u prilog tome da se ta dijagnoza može postaviti i u adolescenata, da su poremećaji ličnosti u toj dobi jednako česti kao i u odrasloj populaciji te da je klinička slika vrlo slična onoj u odrasloj dobi (Paris, 2010.; prema Janeš, 2012:3).

3. Narcizam

Narcistički poremećaj ličnosti svoje ime dobio je po liku iz grčke mitologije, mladiću Narcisu koji je toliko zaokupljen sobom i vlastitim željama da odbija ljubav svih svojih prosaca, pa tako i lijepe nimfe koja zatim umire slomljena srca. Zbog toga na Narcisa pada kletva: ako se ikad zaljubi, ljubav mu neće biti uzvraćena. Jednog dana ugleda svoj odraz u vodi i beskrajno se zaljubi. No, svaki put kad pokuša dotaknuti svoj odraz, voda se uzburka, a njegov lik nestane. Ne mogavši imati, poljubiti i zagrliti ono što mu srce najviše želi, i Narcis umire od neuzvraćene ljubavi. Ključ razumijevanja mita o Narcisu nije u činjenici da se zaljubljuje sam u sebe, već je prava tragedija u tome što nije uspio prepoznati sebe u vlastitom odrazu. Drugim riječima, pravi narcisi nisu svjesni sebe (Pinsky, 2009:87-88).

3.1. Mit

Arhajska inačica mita o Narcisu priča je o bezosjećajnom Narcisu u kojeg je bio zaljubljen mladić Aminija. Osjećaji su bili jednostrani i Narcis je Aminija odbio te mu je kao pogrdu poklonio mač. Povrijeđeni se Aminija molio Nemezi, božici osвете, da Narcis jednog dana osjeti bol neuzvraćene ljubavi te se mačem ubio na Narcisovu kućnom pragu. Jednog je dana Narcis ugledao predivnog mladića u jezeru te ga je pokušao zavesti, ne shvaćajući da je to zapravo njegov vlastiti odraz. To je shvatio tek kad ga je pokušao poljubiti. Očajan je uzeo svoj mač i ubio se od tuge zbog nemogućnosti ostvarenja te ljubavi, a njegovo se truplo pretvorilo u cvijet narcis (<https://hr.wikipedia.org/wiki/Narcis>).

Ovidije je u Metamorfozama malo izmijenio priču o Narcisu. Narcis odbija sve udvarače i udvaračice. Budući da nikad nije vidio svoj odraz, razumije moć svoje

privlačnosti samo kroz reakcije drugih. U Ovidijevoj se verziji mita u Narcisa zaljubljuje nimfa Eho (<https://hr.wikipedia.org/wiki/Narcis>).

Kada je Narcis odbije, ona umire. Jedna se od nimfi moli Nemezi da Narcis iskusi kako je to neuzvrćeno nekoga voljeti. Jednoga dana Narcis ugleda svoj odraz u jezeru. Očaran prizorom, ludo se zaljubljuje u svoj vlastiti odraz. Leži uz jezero zadivljeno ga (se) gledajući. Međutim, kada se nagne ne bi li se poljubio, voda se namreška a odraz iščezne. U nemogućnosti da poljubi, zagrli ili na bilo koji način dohvati objekt žudnje svog srca, on umire od neuzvrćene ljubavi (Pinsky, 2009:87-88).

3.2. Klasifikacija

Prema DSM-IV-TR (APA, 2010.) dijagnostički kriteriji narcističkog poremećaja ličnosti definirani su kao stalno prisutan obrazac koji se odlikuje grandioznošću, potrebom za neprestanim divljenjem i nedostatkom empatije, a prisutan je kad je zadovoljeno najmanje pet od devet sljedećih kriterija:

1. Grandiozan osjećaj vlastite važnosti;
2. Zaokupljenost fantazijama neograničenog uspjeha, moći, izvrsnosti, ljepote ili idealne ljubavi;
3. Vjerovanje u vlastitu posebnost koju mogu razumjeti jedino drugi posebni ljudi ili oni visokog statusa te se samo s takvima valja povezivati i družiti;
4. Potreba za pretjeranim divljenjem;
5. Polaganje prava – nerazumna očekivanja da se prema njemu treba posebno postupati te da bi se drugi automatski trebali podrediti njegovim željama i očekivanjima;
6. Sklonost iskorištavanju drugih u međuljudskim odnosima za postizanje vlastitih ciljeva;
7. Nedostatak empatije i nesposobnost prepoznavanja i poistovjećivanja s tuđim potrebama i emocijama;
8. Zavist ili uvjerenje da drugi zavide njemu;
9. Arogantno i umišljeno ponašanje i stavovi. (Pinsky, 2009:98-99)

Bitno je napomenuti kako se psihoanalitička i psihijatrijska teorija i praksa razlikuju utoliko što se psihijatrija koncentrira na simptome, dok se narcizam u psihoanalizi dovodi u vezu isključivo sa strukturom ličnosti.

Prema DSM-IV-TR narcizam je određen kao tip poremećaja ličnosti koji se klasificiraju u tri glavne skupine ili klastera.

Poremećaje ličnosti koji su svrstani u skupinu A označava ekscentrično ili neobično ponašanje te uključuje paranoidni, shizoidni i shizotipni poremećaj. Skupini B pripadaju narcistički, histrionični, antisocijalni i granični poremećaj ličnosti, dok skupinu C karakteriziraju anksiozna i inhibirana ponašanja, a uključuje anksiozne, ovisne i opsesivno kompulzivne poremećaje.

Osobe s poremećajima iz skupine B manifestiraju narcistička svojstva i ne osjećaju povezanost s vlastitim iskrenim osjećajima. Žude za pažnjom i često pribjegavaju vrlo dramatičnom ili neobičnom ponašanju kako bi privukli pozornost. Budući da su u nemogućnosti prihvatiti zahtjeve i ograničenja stvarnog svijeta, pokazuju tendenciju neuvažavanja društvenih normi i zakona pritom ne osjećajući grižnju savjesti zbog svojih prijestupa. Često stupaju u disfunkcionalne međuljudske odnose, pokazuju sklonost ovisničkim ponašanjima te pate od drugih emocionalnih poteškoća. Od ostalih osobina bitno je spomenuti njihovu izrazito nestabilnu sliku o sebi, ekstremno iskazivanje ljutnje ili agresije, suicidalne misli i kroničan osjećaj praznine. Takve osobe imaju vrlo razvijene strategije za manipuliranje okolinom kako bi zadovoljile svoje vlastite potrebe. Njihovo je pomanjkanje empatije vjerojatno njihova najistaknutija osobina.

Patološki narcizam, tj. narcizam koji se može sa sigurnošću dijagnosticirati i liječiti kao poremećaj ličnosti, relativno je rijedak. Prema dijagnostičkom i statističkom priručniku mentalnih poremećaja (DSMIV-TR) dva do šesnaest posto populacije trenutno na liječenju, a manje od jedan posto opće populacije, pati od narcističkog poremećaja ličnosti. Mnogi se stručnjaci slažu kako su te brojke podcijenjene. U zapadnoj je kulturi prisutan velik broj narcističkih obilježja i ponašanja koja se povezuju s B skupinom poremećaja (Pinsky, 2009:97). Prosječan je rezultat u populaciji 15.38, te se s obzirom na odstupanja od dvije standardne devijacije prema višim ili nižim vrijednostima procjenjuje je li osoba više ili manje narcistička od prosjeka (Pinsky, 2009:255). Neka istraživanja ističu kako 5.3 posto populacije, odnosno preko 16 milijuna ljudi, pokazuju znakove narcističkog poremećaja ličnosti (Pinsky, 2009:98).

Narcizam je poseban skup osobina ličnosti. Za njegovo dijagnosticiranje razvijen je poseban standardizirani intervju koji određuje količinu zastupljenosti sedam osobina koje se vežu uz narcizam: autoritet, polaganje prava, egzibicionizam, iskorištavanje drugih, samodostatnost, superiornost i taština. Norma i patologija nisu jasno odijeljeni pojmovi, već su dva pola između kojih se nalazi cijeli spektar gradacije; a budući da je određena količina narcizma prisutna kod osoba u dijelu spektra koji se ne smatra devijantnim, dijagnoza narcističkog poremećaja ličnosti uspostavlja se tek ako osoba manifestira navedene osobine na toliko ekstreman način da upućuju na patologiju (Pinsky, 2009:89).

Značajan je problem kod dijagnosticiranja narcističkog poremećaja ličnosti stavljanje prevelikog naglaska na grandioznost čime su zanemarene osobine ranjivih, "mimozastih" narcisa, te je možda to problem koji doprinosi nesrazmjeru prevalencije niske stope narcističkih poremećaja ličnosti u epidemiološkim studijama, a visokim stopama narcističkog poremećaja ličnosti u kliničkoj praksi (Pies, 2011). Odnos primarnog i sekundarnog narcizma te mentalno zdravlje u narcističkim pojavama općenito, dva su pitanja oko kojih psihoanalitičari imaju podijeljena mišljenja (Holmes, 2003:11).

3.3. Psihoanalitičko tumačenje narcizma

Tri su kategorije psihoanalitičkog pristupa narcizmu: Freudov libidinalni narcizam, destruktivni narcizam kleinovske škole i zdravi narcizam Heinza Kohuta. Primarni i sekundarni narcizam Freudovi su pojmovi i odnose se na libidinalno poimanje narcizma. Primarni je narcizam uobičajen razvojni stupanj svakog čovjeka, kad u dječjoj dobi još nema razvijenu svijest o drugima te je fiksiran sam na sebe. Ovaj stupanj prethodi objektnim odnosima odnosno uspostavljanju veza s drugima. Libido je umjesto u druge investiran u sebe. Sekundarni narcistički stupanj javlja se u odrasloj dobi, nakon uspostavljanja objektnih odnosa, kad je povučen od drugih i ponovno fokusiran na subjekt i njegovo vlastito tijelo. Takav oblik regresije libida Freud je pripisivao oboljelima od paranoje, shizofrenije i hipohondrije, a Ronald Britton nazvao ga je "libidinalnim narcizmom" (Holmes, 2003:2).

Prema Freudovom tumačenju, primarni je narcizam normalan razvojni stupanj u ranom djetinjstvu, dok je sekundarni narcizam regresija iz stanja objektnih odnosa u stanje patološke zaokupljenosti sobom, nesposobnosti za uspostavljanje međuljudskih odnosa i pristupanju drugima kao sredstvu za ostvarenje vlastitih sebičnih ciljeva. Suprotno tome Balint i Fairbairn tvrde kako smo od rođenja usmjereni prema objektnim odnosima, a njihovoj teoriji u prilog idu i Sternova istraživanja. Prema Melanie Klein Ja dojenčadi uključeno je u mentalne procese koji uključuju razdvajanje i idealizaciju (Holmes, 2003:11).

Karl Abraham, a kasnije i kleinovska škola (posebice Herbert Rosenfeld i Otto Kernberg), ukazali su na destruktivne aspekte narcizma pri kojima se ne događa preusmjeravanje libida s objekata na sebe, već narcis patološki zavidi, mrzi i želi ili pokušava uništiti objekt. „Debelokožni narcis“ je grandiozan, arogantan i destruktivan, a njemu je suprotstavljen „mimozasti narcis“ čija je narav više obrambena nego destruktivna (Holmes, 2003:2).

Treći pristup narcizmu Kohutov je model koji ističe zdravi aspekt narcizma. Po njemu su rast i oblikovanje ljubavi prema sebi samostalan i nužan razvojni proces. Kohut je smatrao da narcizam, odnosno ljubav prema sebi, i objektna ljubav ne tvore kontinuum, već su dva odvojena razvojna smjera koja traju cijeli život, sa svojim vlastitim obilježjima i patologijama (Holmes, 2003:2). Zdrave nade, težnje, ideali i ambicije pripadaju sferi pozitivnog narcizma. Kako razvoj napreduje, od dječje usredotočenosti na sebe i roditeljskog obožavanja djeteta, narcizam se ne zamjenjuje objektnim odnosima, već je ublažen postupnim gubljenjem iluzija o sebi i prihvaćanjem zahtjeva koje nameće stvarni svijet. Po Kohutu, i u zrelosti narcizam leži u osnovi samopoštovanja i realističnih ciljeva (Holmes, 2003:2). Usmjerenost na sebe normalna je i prihvatljiva za mlade, no ostane li u toj mjeri prisutna i u odrasloj dobi, znači da se osoba nije prilagodila te da odbija vidjeti svijet s gledišta drugačijeg od svojeg, što često za posljedicu ima netoleriranje tuđih osjećaja (Holmes, 2003:1).

„Narcističke rane“ uzrok su sekundarnog narcizma, a nastaju roditeljskim zanemarivanjem ili zlostavljanjem. Zbog nedostatka roditeljske ljubavi i pažnje, osoba regresira na stadij kad usmjerava ljubav prema sebi kao oblik samoobrane i samoodržanja (Holmes, 2003:2).

3.4. Etiologija

Neki se obrasci stvaranja međuljudskih odnosa kod narcisa mogu objasniti teorijom privrženosti. Teorija privrženosti opisuje dinamiku međuljudskih odnosa, a njena je osnovna postavka da dijete mora razviti odnos s barem jednim skrbnikom kako bi se normalno emocionalno razvilo.

Prema Kohutu, narcizam u odrasloj dobi posljedica je nedostatka roditeljske empatije tijekom djetetovog razvoja. Budući da su roditelji propustili pružiti povratnu informaciju u ključnim trenucima djetetovog razvoja, dijete ne uspijeva razviti sposobnost regulacije samopouzdanja, te se kao odrasla osoba koleba između iracionalnog precijenjivanja sebe i osjećaja inferiornosti. Takva osoba u odrasloj dobi preko drugih regulira vlastito samopoštovanje i povratne informacije okoline daju mu osjećaj vrijednosti, nadoknađujući time povratnu empatiju koju nije dobio tijekom razvoja. U normalnim bi se okolnostima kod djeteta razvila dva važna psihološka konstrukta: grandiozno-egzibicionističko sebstvo, koje se u zdravom okružju razvija u samouvjerenu ambiciju, i idealizirani imago roditelja, koji se uzdrave osobe razvija u internalizirane vrijednosti i ideale (McLean, 2007:41).

Djeca čije potrebe u razvoju nisu bile zadovoljene na odgovarajući način, odnosno djeca čiji roditelji nisu uspostavili empatiju u odnosu, razvijaju arhaičnu, odnosno narcističku ranu. Faza ostvarivanja prvih odnosa razdoblje je primarnog narcizma, dok se sekundarni narcizam obično javlja u adolescenciji (Pinsky, 2009:187).

3.5. Model sigurne i nesigurne privrženosti

Izvor je nezdravog narcizma još u djetinjstvu, kad se osoba emocionalno i moralno razvija. Svi se rađamo kao narcisi. Novorođenčad je zaokupljena vlastitim osnovnim potrebama poput zadovoljenja gladi, stjecanja kontrole nad pokretima vlastitih udova i nošenja s neugodom mokre pelene.

Novorođenčad isprva nije u mogućnosti prepoznati i artikulirati svoje primarne emocije poput gađenja, bijesa ili zadovoljstva. Kako bi ih uopće mogli regulirati, moraju ih prepoznati, a taj se proces odvija uz pomoć roditelja koji zrcale djetetove osjećaje i za njega ga interpretiraju te nude odgovarajući odgovor u obliku utjehe,

hrane ili osmijeha. Idealizacija je, uz zrcaljenje, proces kojim roditelji ispunjavaju djetetove potrebe, a to je prihvaćanje uloge zaštitnika koju im dijete dodjeljuje.

U odnosu s roditeljima dijete savladava prve primitivne mehanizme emocionalne regulacije procesom mentalizacije, odnosno stvaranjem predložaka svojih emocija (Pinsky, 2009:96). Za nesmetan razvoj, djetetu je potrebno stvaranje *sigurne privrženosti*. U takvom se odnosu dijete osjeća vrijedno pažnje i ljubavi, a roditelja doživljava kao vrijednog povjerenja i može računati da će odgovoriti na njegove potrebe. Taj prvi odnos kasnije služi kao emocionalni model za sve buduće odnose (Pinsky, 2009:8).

Već se nakon prve godine života djeca mogu podijeliti na onu sa sigurnom i onu s nesigurnom privrženosti. Nesigurna se privrženost smatra obrambenom reakcijom na suboptimalnu roditeljsku njegu, kad je roditeljska ljubav nedosljedna ili nedostupna. Javlja se kad je proces zrcaljenja poremećen. Karakteristični modeli nesigurnosti koji se pritom javljaju su izbjegavajuća, ambivalentna i neorganizirana. Zrcalo može biti prazno i neosjetljivo, što vodi do modela izbjegavanja, može biti prožeto osjećajima roditelja umjesto osjećajima djeteta čime se uspostavlja model ambivalentnosti, ili može biti kaotično i konfuzno, što rezultira usvajanjem modela dezorganizacije (Holmes, 2003:14). Čest pokazatelj nezdravog ili problematičnog narcizma su nemogućnost prihvaćanja i iskrenog uživanja u pohvalama drugih. Pravim narcisima pohvale i komplimenti "ni ne počinju ispunjavati bezdan praznine i neispunjene žudnje koju neprestano osjeća" (Pinsky, 2009:95). Ukoliko je dijete zanemarivano ili se roditelj pretjerano angažira u odgoju anticipirajući i sudjelujući u djetetovim osjećajima, umjesto da ih jednostavno zrcali, dijete krivo interpretira ili zanemaruje svoje osjećaje. Kao posljedica toga nije u mogućnosti povezati se emocionalno s drugim osobama, teško regulira emocije i nema kapaciteta za razvoj empatije. U slučaju roditeljske anticipacije, dijete dobiva poruku da je nesposobno nositi se s emocijama bez pomoći drugih, te nakon preuzbuđenosti dolazi do faze zamora kad se ograđuje od svojih osjećaja, dok u slučaju sudjelovanja roditelja u djetetovim emocijama dijete svoje osjećaje ne percipira kao nešto u granicama vlastitog tijela, već vidi kako njegove neugodne senzacije pokreću niz negativnih reakcija u drugima, te vlastite emocije može percipirati samo kroz reakcije drugih. U takvim se situacijama često javlja disocijacija od vlastitih osjećaja, umjesto da ih pretjerano osjeća, dijete se s njima ne može povezati (Pinsky, 2009:226). U

nedostatku roditeljske prijemčivosti dijete može doživjeti osjećaje unutarnje praznine, straha, beznačajnosti, nemoći i razdoblja neutješnoga gnjeva (Holmes, 2003:15).

Po Kohutovom modelu, kad se potrebe ja-objekta ne zadovolje (self object needs), javlja se zastoj u razvoju te se kao posljedica toga može pojaviti patološki narcizam. Razlozi za pojavu nedostatne roditeljske empatije mogu biti nesklad u dispoziciji roditelja i djece, roditeljska nemogućnost da njeguju dijete i odgovaraju na njegove potrebe i/ili u situacijama kad dijete ima prevelike ja-objekt potrebe. Koji god razlog bio u pitanju, što do diskrepancije u odnosu ranije dođe, to su posljedice ozbiljnije i stupanj narcisoidnosti u odrasloj dobi je viši (McLean, 2007:42).

3.6. Drugo lice narcisa: Zatvaranje narcističkog kruga

Stavljanjem prevelikog naglaska na narcisovu grandioznost i neosjetljivost zanemaruje se njegova druga strana. Dekompenzirani narcistički pacijenti ne demonstriraju negativne osjećaje poput tuge i žalosti, ne pokazuju prisutnost osjećaja krivnje, niti prema van ispoljuju osjećaj bezvrijednosti. Za razliku od njih, dekompenzirani narcisi pesimistične naravi pokazuju dominantan osjećaj bezvrijednosti i drugih negativnih emocija poput bijesa i razočaranja (Yang i Huang, 2004:). Grandiozno sebstvo kod narcisa postoji na površnoj razini, dok je stvarno sebstvo frustrirano, lišeno osjećaja i ispunjeno nemoćnim bijesom. Periodi uspješne narcističke aktivnosti ili narcističke kompenzacije izmjenjuju se s periodima u kojima narcis ne uspijeva održati osjećaj grandioznosti. Svrakic uvodi pojam narcističke dekompenzacije kako bi opisao one narcise koji su suočeni s beskrajnim i jalovim ponavljanjima narcističkog ciklusa (Yang i Huang, 2004:).

Odrasli narcisi povezuju se s drugima kroz svoju djelomično objektivnu ili zamišljenu jedinstvenost, i kroz tu fasadu jedinstvenosti zadovoljavaju svoje narcističke potrebe te potvrđuju svoju grandioznu vrijednost i važnost (Yang i Huang, 2004:). U periodu dekompenzacije narcisi ne uspijevaju održati dojam grandioznosti, pa je pokušavaju zaštititi obrambenim mehanizmima projekтивne identifikacije. Konačni je učinak tog obrambenog mehanizma taj da dekompenzirani narcisi uspješno projiciraju svoje osjećaje uzaludnosti na vanjski objekt koji počnu doživljavati kao beskoristan i razočaravajuć. Kroz posljedičnu identifikaciju s tim objektima, narcisi indirektno priznaju vlastitu bezvrijednost i nejedinstvenost (Yang i

Huang, 2004:). Pesimistično je raspoloženje u narcisa tako metoda kompromisa kojom izlaze iz sukoba nerealistične grandioznosti i testiranja realnosti (Yang i Huang, 2004:). Njihovi simptomi liče na depresiju, ali ispod tog površinskog sloja nailazimo na bijes, ljutnju i odbacivanje objekta (Yang i Huang, 2004:).

Naizgled nadmen i umišljen, ali zapravo s osjećajem praznine i manjkavosti, patološki narcistička ličnost živi u vlastitom svijetu fantazija koji je održiv jedino istovarivanjem vlastitog srama na druge, kao i izrabljujućom idealizacijom i izobličavanjem stvarnosti. Idealizaciju kao mehanizam obrane koristi prikriveni, takozvani kabinetski narcis koji uzdizanjem drugih i povezivanjem s tim objektima dobiva na vlastitoj vrijednosti. Naime, nisu svi narcisi željni pozornosti i odane publike – nekima je ugodnije u sjeni tuđih uspjeha dok god imaju osjećaj povezanosti sa željenim objektom (Hotchkiss, 2006; prema Janeš, 2012:20). Narcis nikad nije zadovoljan time da je dobar ili jako dobar, ako nije bolji od, osjeća se bezvrijednim. Ako se netko drugi uspinje, on pada, osjeća se ispuhano, a ponovno se može napuhati degradacijom nekog drugog (Hotchkiss, 2006; prema Janeš, 2012:20).

Njihova potreba za divljenjem, egzibicionizam, zavist i percepcija drugih kao edipskih rivala prevladava nad iskrenim i konstruktivnim međuljudskim odnosima dok je u zdravom narcizmu pojedinac ambiciozan i teži postizanju uspjeha, ali bez potrebe za kontrolom i dominacijom u odnosu (Lachkar, 2008; prema Janeš, 2012:20). Narcis svoj odnos s objektom uspostavlja putem različitih mehanizama obrane poput rascjepljivanja, nijekanja, projekcije i projektivne identifikacije. Naime, stvarni osjećaji ljubavi su neprihvatljivi: narcis se ne smije osjećati ovisnim ni o kome. Kad su mu potrebe nezadovoljene, narcis reagira ili bijesom ili narcističkim povlačenjem (Lachkar, 2008; prema Janeš, 2012:21). Naime, otkriveno je kako narcisi znaju za svoju reputaciju te iako sebe vide znatno pozitivnije nego što ih drugi vide, istovremeno su svjesni diskrepance u vlastitoj percepciji i percepciji drugih. S obzirom da je teško živjeti s visokim mišljenjem o sebi i istovremenom sviješću da drugi o njima ne misle tako, narcis mora pribjeći tehnikama poput hvalisanja i grandioznih ideja kako bi druge uvjerio da je zaista poseban ili se okreće nijekanju: drugi nisu dovoljno posebni i sposobni spoznati njegovu vrijednost. Također, narcis je svjestan da ostavlja bolji dojam pred netom upoznatim ljudima nego u krugovima gdje ga znaju otprije, što je i razlog zašto mu površni i kratkotrajni odnosi bolje odgovaraju (Carlson i sur., 2012; prema Janeš, 2012:21).

Ovdje nije riječ samo o klinički patološkom narcizmu, već i o onom subkliničkom koji, iako nije kvalifikacija za psihijatrijsku dijagnozu, dovodi do nezadovoljstva, nedostatka osjećaja životne ispunjenosti, zavisti prema onima koje se percipira uspješnijima i, posljedično, bijesa prema tim istim donedavno idealnim objektima. Osjećaj kronične praznine dovodi narcisa do ovisničkog, promiskuitetnog i drugih neprihvatljivih oblika ponašanja, a ti se problemi teško mogu riješiti samo simptomatskim liječenjem: potrebno je doprijeti do srži problema (Pinsky, 2009; prema Janeš, 2012:27).

3.7. Mehanizmi obrane

Kohutov pojam „ja-objekt“ opisuje vrstu stvaranja prvih odnosa u kojima se drugi ne doživljava kao zaseban entitet već kao produžetak sebstva, ni dio sebe, ni potpuno odvojen. Dijete roditelje doživljava kao ja-objekte kojima upravlja. Odrasli narcisi traže ispunjenje ja-objekt potreba na koje nisu dobili odgovor u djetinjstvu (McLean, 200:43).

Osjećaji grandioznosti u dječjoj dobi još nisu podvrgnuti testu stvarnosti. Odgovarajućom roditeljskom skrbi takve se ideje s vremenom umanjuju, iako se nikada u potpunosti ne iskorijene. Povremeni neuspjeh ja-objekta naziva se optimalnom frustracijom, i nužan je za oblikovanje djetetovog doživljaja sebe, ali nije psihološki traumatično iskustvo. Takvi su neuspjesi nužni za preoblikovanje grandioznih deluzija te potiču dijete na usvajanje mehanizama obrane. Kad ih usvoji, dijete se počinje manje oslanjati na priznanja i hvalu ja-objekta jer je sad sposobno samostalno regulirati svoje samopouzdanje. Kod narcisa se ti mehanizmi obrane nisu razvili u djetinjstvu, te će u odrasloj dobi konstantno tražiti odobravanje i potporu svom samopouzdanju u drugima, koje doživljava kao ja-objekte. Zbog toga su narcisi vrlo osjetljivi na svaki oblik kritike i odbacivanja (McLean, 2007:43).

Adolescencija je vrijeme remoduliranja prefrontalnog korteksa. Taj je dio mozga zadužen za empatiju, kontroliranje emocija, obuzdavanje poriva i racionalno razmišljanje. Umjesto procjenjivanja društvenog konteksta i predviđanja posljedica svojih emocionalnih impulsa i radnji, na adolescente utječu signali iz mnogo primitivnijeg dijela mozga, amigdale, koja pobuđuje reakcije poput straha i agresije.

Tijekom tog razdoblja ponovno se javljaju narcističke osobine, preokupiranost sobom i uvjerenost u vlastitu posebnost (Pinsky, 2009:192).

Pojava patološkog narcizma može se tumačiti kao uspostavljanje odnosa sigurne osnove sa samim sobom. Hiperosjetljivi će se narcis u potrazi za sigurnošću usmjeriti na svoje sebstvo, te se fiksirati na njega. Budući da sebstvo nije tako čvrsta kategorija kao što se doima, postaje upitno kao izvor sigurnosti te će kod osjetljivog narcisa izazvati još veću fiksaciju. Neosjetljivi, "debelokožni" narcis osjeća prazninu i usamljenost, te se za postizanje djelomične sigurnosti oslanja na projiciranje slike sebe kakav želi biti kako bi si osigurao divljenje drugih. Njegova motivacija za ostvarivanje takvih odnosa je potaknuti zavist u drugima i tako dobiti pažnju za kojom žude (Holmes, 2003:15).

Ova dva tipa narcisa nisu međusobno isključiva. Krhkost osjetljivih narcisa krije nevjerojatnu usmjerenost na sebe, a ispod slojeva superiornosti neosjetljivog narcisa nalazi se ranjiva jezgra koja čezne za obožavanjem i bliskošću (Holmes, 2003:19). Te je tipove Rosenfeld podijelio na "debelokožne" i one "tanke" kože, a Glenn Gabbard ih naziva "neosjetljivim" i "hiperosjetljivim" narcisima. Ponašanje "neosjetljivih" narcisa je sebično, pompozno i egzibicionističko, a prema drugima su arogantni te nemaju razumijevanja za tuđe osjećaje. "Hiperosjetljivi" narcisi su povučeni, stidljivi i inhibirani, čime se povlače i usmjeravaju na sebe te se štite od odbacivanja ili kritike. Iznimno ih je lako emocionalno povrijediti, te se čini kao da im "nedostaje jedna koža". Iako ova dva tipa narcisa demonstriraju različita ponašanja, njihova je esencija ista – oba su tipa jednako zaokupljena sobom (Holmes, 2003:5). Patološki elementi destruktivnih, "debelokožnih" narcisa mogu se također pronaći i kod "hiperosjetljivih" koji nastoje upravljati svojim objektima manipulirajući njihovim osjećajima. Prisutna je potreba da se porekne važnost objekta, što se pokušava postići usmjerenošću na sebe, manjkom empatije, doživljavanjem drugih kao sredstava za ostvarenje vlastitih ciljeva (Holmes, 2003:13).

Kernberg ističe kako se grandiozno sebstvo stvara stapanjem stvarnog sebstva, idealnog sebstva te idealnog objekta što je istovremeno izvor narcisove samodostatnosti, ali i frustracije te nemogućnosti ostvarivanja bliskih odnosa (Holmes, 2003:13). Debelokožni narcis poriče važnost sigurne osnove i uzima svoje idealno sebstvo za objekt. Eho pak jedinu sigurnost pronalazi u ovisnosti ocrnjujućeg superega (Holmes, 2003:14). Ispod narcisovog divljenja sebi i prividne neovisnosti o

objektu kriju se jaka zavist i bijes, a sve to proizlazi iz čežnje za ljubavi i pažnjom (Holmes, 2003:15).

Idealno je sebstvo u hiperosjetljivih narcisa toliko udaljeno od stvarnoga, da se ideal doima predaleko da bi njegovo dostizanje uopće bilo predmet razmišljanja i težnji. Kako narcisa ne može zadovoljiti ništa lošije od savršenstva, on se počinje odupirati svakom pokušaju promjene. Nije spreman truditi se na premošćivanju jaza između stvarnog i željenog stanja jer bi to značilo odricanje od trenutne udobnosti. Izvori se negativnog narcizma često nalaze u neobično strogom superegu koji predstavlja internalizaciju roditeljskih ograničenja (Holmes, 2003:4).

U situacijama kad se debelokožni narcis suočava s činjenicom da njegovo projicirano, idealno, sebstvo ne odgovara njegovom stvarnom sebstvu, javlja se velika frustracija te narcis pada u narcistički bijes. Ispod tog narcističkog gnjeva, nalazi se narcistička rana. Narcis je rastrgan između potrebe da se prikaže (i osjeća) posebnim te potrebe za prilagođavanjem stvarnosti (koja u pravilu ne odgovara projiciranoj slici). Pokušava stvoriti situaciju koja će pojačati njegov osjećaj važnosti i jedinstvenosti, ali ukoliko dođe do diskrepancije u stvarnoj i projiciranoj slici, isplivat će osjećaji beznačajnosti te će pasti u očaj i depresiju (Holmes, 2003:5). U takvim trenucima narcisi mnogo pate. Kohut anksioznost i depresiju narcisa opisuje kao najdublju anksioznost koju čovjek može iskusi (McLean, 2007:46).

Kako bi se poštedili takvih iskustava, narcisi razvijaju tri glavna mehanizma obrane: projekcija, poricanje i iskrivljavanje. Ti su mehanizmi primitivni i razvijaju se rano u djetinjstvu. Projekcija je pripisivanje vlastitih neprihvatljivih osjećaja drugima. Poricanje je ignoriranje bolnih podražaja ili činjenica, a od potiskivanja se razlikuje po tome što ne štiti samo od posljedica neželjenih događaja, već poriče da su se oni ikada dogodili. Narcisi poricanje često koriste u svrhu održavanja idealizirane slike o sebi. Trenutke koji negativno oslikavaju njihovo ponašanje naprosto ignoriraju i tako izbjegavaju bol suočavanja sa stvarnosti. Iskrivljavanje je mijenjanje objektivne stvarnosti na način da se uklapa u narcisov vlastiti narativ. Često ga koriste ne bi li opravdali svoje polaganje prava (McLean, 2007:45).

3.8. Implikacije za odnose

Odnos prema Drugome, koji je u narcisa često izbjegavajuć ili ambivalentan, uključuje strategije apsorpcije nekih funkcija objekta u sebstvo ili projekciju vlastitih karakteristika na objekt. "Dezorganizirana" je osoba koja pribjegava različitim metodama ne bi li postigla osjećaj djelomične sigurnosti, nema ni konzistentnu strategiju niti koherentnu predodžbu objekta (Holmes, 2003:14,15). Narcisi kroz druge ispunjavaju svoje narcističke potrebe te potvrđuju svoju grandioznu vrijednost i važnost (Yang i Huang, 2004:319).

Vanjština narcisa je grandiozna, ali zagledamo li se dublje vidjet ćemo da se ispod tog površinskog sloja krije frustrirano, emocionalno zakinuto sebstvo koje je puno nemoćnog bijesa (Yang i Huang, 2004:318). Tipični narcistički ciklus sastoji se od razdoblja narcističke aktivnosti odnosno kompenzacije koji se izmjenjuju s razdobljima narcističkog neuspjeha u kojem osoba ne uspijeva održati osjećaj grandioznosti. Svrakic je uveo pojmove narcističke kompenzacije i dekompenzacije kako bi opisao one narcise koji se suočavaju s beskrajnim i bezuspješnim perpetuiranjima ciklusa (Yang i Huang, 2004:318). Tijekom perioda dekompenzacije, narcis ne uspijeva u održavanju slike grandioznosti, pa je pokušava zaštititi obrambenim mehanizmom projektivne identifikacije. Krajnji je učinak tog mehanizma obrane što narcisi uspješno projiciraju svoje osjećaje beskorisnosti na vanjske objekte koji se sada percipiraju kao beskorisni, uzaludni i razočaravajući. Kroz naknadnu identifikaciju s ispraznim vanjskim objektom, pacijent indirektno priznaje vlastitu ispraznost i nejedinstvenost (Yang i Huang, 2004:320).

Pesimistično je raspoloženje način na koji se u narcisa rješava konflikt između vrlo nerealistične grandioznosti i testa stvarnosti (Yang i Huang, 2004:320). Glavne su karakteristike narcističkog poremećaja ličnosti grandioznost, potreba za divljenjem i nedostatak empatije. Ovi pacijenti često demonstriraju polaganje prava i superiornost, odbacuju druge, a često imaju i prijeziran ili patronizirajući stav. Ispod takvih ponašanja, a središnji dio ovog poremećaja ličnosti, su nisko samopouzdanje i osjećaj neadekvatnosti (McLean, 2007:41).

Takvi se pacijenti često ne mogu oporaviti od kritike ili odbijanja, a prema drugima ne osjećaju empatiju niti ih uvažavaju. Mnogo je teorija o uzrocima narcističkog poremećaja ličnosti. Često se spominju urođeni preosjetljiv djetetov temperament,

pretjerano roditeljsko obožavanje, roditeljsko nepružanje realističnih povratnih informacija tijekom razvoja, nepouzdana roditeljska briga i emocionalno zlostavljanje (McLean, 2007:41). Pravi je narcis odvojen od svog pravog sebstva. Progoni ga kronični osjećaj usamljenosti, praznine i samoprijezira te tu odvojenost želi premostiti osjećajima vrijednosti i važnosti koje dobiva od drugih.

Narcizam je obilježen nedostatkom empatije, nemogućnošću temeljnog razumijevanja i povezivanja s osjećajima drugih. To su osobine koje psiholozi mjere pri dijagnosticiranju narcističkog poremećaja ličnosti. Te osobine – nedostatak samospoznaje i sposobnosti da se iskusi empatijska povezanost s drugima – tjeraju narcističke osobe na fiksiranje na tuđe reakcije kako bi ojačali vlastiti osjećaj sebe. Narcisima je cijeli svijet ogledalo, a svoj život provode u neprestanoj potrazi za zadovoljavajućim odrazom, predivnom slikom sebe koja bi pomogla izbjeći osjećaj unutarnje praznine. Suvremeni narcisi te odraze traže u stranicama časopisa i na ekranima svojih televizora i kompjutera (Pinsky, 2009:93).

Narcisi često razvijaju privlačne i uvjerljive socijalne vještine koje im pomažu da održavaju personu koju su konstruirali ne bi li od drugih dobili što žele. Visokofunkcionalni narcisi često su dobro prihvaćeni u društvu poznanika i površnih prijatelja, jer im se nikad ne približe dovoljno da otkriju prazninu ispod fasade uspjeha. Narcisi također ne prežu ni od laganja kako bi održali pažljivo izgrađenu sliku o sebi, čime otežavaju terapeutu da prepozna koja je verzija događaja pacijentova, a koja se doista dogodila. Također je izuzetno teško narcisa uvjeriti da mu je potrebna psihološka pomoć. Bilokoji izazov narcisovoj nerealnoj slici o sebi može izazvati bijes, prijezir, poricanje i druga obrambena ponašanja, jer je pokušava održati pod svaku cijenu (Pinsky, 2009:105).

Zbog toga što se narcisi osjećaju prazno i usamljeno, zahtijevaju stalnu potvrdu od drugih kako bi dobili dojam o sebi, te napuhali svoj osjećaj sebe. Njihov je osjećaj sebstva toliko slab da su usavršili načine na koje dobivaju potvrde i pohvale drugih koje su im neophodne za postojanje (Pinsky, 2009:105). Čak i kad je narcis uspješan u prikrivanju svog stvarnog sebstva koje percipira kao sramotno neadekvatno uređujući svoj svijet tako da odražava sliku njegovog idealiziranog pseudo-sebstva, uz konstantan priljev pohvala, i dalje osjeća duboku čežnju. Umjesto razvijanja prave intimnosti, narcisi traže situaciju nabijene uzbuđenjem koje im omogućuju da uživaju u izrazima ljubavi i pažnje ljudi oko sebe. Nesposobni razviti pravi intiman odnos za kojim žude, vođeni su potrebom da drugima budu neophodni (Pinsky, 2009:110).

4. Društvene mreže

Društvene su mreže postale jedno od glavnih mjesta na kojima ljudi komuniciraju, grade svoje identitete i prijateljstva, te utječu na vršnjake. Brojna se istraživanja fokusiraju na vezu između narcizma i ponašanja na društvenim mrežama (Bergman et al., 2011; Ong et al., 2011; Ryan i Xenos, 2011), nagađajući kako bi te stranice mogle biti proizvod i/ili doprinos rastućoj kulturi egocentričnosti (Panek i suradnici, 2013:2004). Pojava društvenih mreža poput Facebooka i Twittera napravila je značajne promjene u distribuciji informacija i kulturalnim normama društvenih odnosa. Te tehnologije nude pojedincu nova sredstva za samoprezentaciju, pristup i objavu informacija, pregled svojih društvenih mreža te uspostavljanje i održavanje kontakta s drugima (Chen i Marcus, 2012:2091).

Jedna od glavnih razlika između društvenih mreža i, njima prethodećih, ranijih virtualnih zajednica proizlazi iz izlaganja, često i proklamiranja, vlastitog identiteta. Mnogi su raniji oblici *online* komunikacije zaživjeli jer su korisnicima nudili komponentu anonimnosti (Postmes et al., 1998, 2002; Christopherson, 2006). Anonimnost omogućuje iskren i otvoren govor na forumima, a sudionici na temama koje su nerijetko kontroverzne vjerojatno ni ne bi na njima sudjelovali da ne postoji opcija prikrivanja identiteta. Sa suvremenim se društvenim mrežama događa mali pomak u odnosu na ranije virtualne zajednice u kojima je *online* odnos prethodio eventualnom kasnijem upoznavanju uživo; one danas imaju ulogu održavanja i učvršćivanja već postojećih odnosa (Vitak, 2008:49).

Još je jedna prednost društvenih mreža ta što omogućuju stvaranje iluzije popularnosti kroz količinu „prijatelja“ s kojima je korisnik povezan na profilu. U jednom je istraživanju navika korisnika Facebooka pri slanju poruka, otkriveno kako je Facebook prijateljstvo nužan, ali ne i dovoljan, uvjet za *offline* prijateljstvo (Golder et al., 2006; prema Vitak, 2008:50). Ovaj pronalazak implicira da je, barem nekim pojedincima, kvantiteta veza izražena u broju prijatelja na Facebooku važnija od kvalitete tih odnosa. S obzirom na to da se ti odnosi odvijaju u virtualnom svijetu, ljudi koji traže ovakav oblik gratifikacije na društvenim mrežama, naprosto trebaju izmijeniti svoj profil kako bi prikupili što više „prijatelja“ (Vitak, 2008:50).

Sve u svemu, ova obilježja čine društvene mreže stranicama kojima se korisnici često vraćaju. Dvije trećine korisnika ulogiraju se u prosjeku barem jednom svaka 24

sata, i provedu oko dvadeset minuta na stranici svaki dan (Cassidy, 2006; prema Vitak, 2008:56). Istraživanja pokazuju da ljudi koriste društvene mreže za niz aktivnosti, uključujući održavanje postojećih odnosa, stvaranje novih, razbibrigu, samoizražavanje, studentski i politički aktivizam te za učenje (Hew, 2011; Special & Li-Barber, 2012; Tosun, 2012). Prosječni student svakodnevno provede između 10 i 60 min na Facebooku (Hew, 2011) te je uključen u objavljivanje podataka o sebi i prezentiranje širokoj publici na Internetu (Hum et al, 2011; prema Chen i Marcus, 2012:2092). Podaci o vremenu provedenom na Facebooku dobiveni su samoprocjenom sudionika, za koju mislim da je uvelike podcijenila vrijeme provedeno na Facebooku. Kao usporedbu, priložila bih statistiku koju sam dobila uz pomoć aplikacije TimeStats¹, a po kojoj sam od 3. veljače 2014. do 25. veljače 2014. na Facebooku provela ukupno 1,59 dana. To je 38,16 sati u dvadeset i dva dana, što je nešto manje od dva sata dnevno, točnije, sat i četrdeset pet minuta.

Društvene su mreže koncept koji je usko povezan s međuljudskim vezama. Literatura o društvenim mrežama povezuje teorije identiteta i interpersonalne komunikacije, budući da ljudi koriste društvene mreže kako bi procijenili sebe i druge (Feld, 1981; prema Vitak, 2008:20). Drugim riječima, identitet pojedinca je, dijelom, određen mrežom prijatelja koju održava (Vitak, 2008:20). Objavljivanje informacija o sebi (self-disclosure) definira se kao bilokoja informacija o sebi koju osoba komunicira drugima (Wheeless, 1978; Wheelless & Grotz, 1976, 1977; prema Chen i Marcus, 2012:2091). Self-disclosure i self-presentation važni su procesi u relacijskom razvoju interpersonalne komunikacije (Derlega, Winstead, Wong, & Greenspan, 1987; prema Chen i Marcus, 2012:2091). Mnoga su se od tih istraživanja usredotočila na to kako pojedinci stječu prijatelje ili koliko ih imaju (Feld, 1981, 1991; prema Vitak, 2008:20). Društvena mreža pojedinca izravno je vezana uz broj jakih i slabih veza koje održava (Vitak, 2008:20).

4.1. Utjecaj društvenih mreža na konstrukciju identiteta

Online identiteti su se do sad razmatrali u kontekstu anonimnosti i nisu bili vezani uz *offline* identitete. Rane virtualne zajednice nudile su slobodu izraza pod velom anonimnosti. Danas, posredstvom društvenih mreža, osobe mogu objavljivati

¹ <https://chrome.google.com/webstore/detail/timestats/ejifodhjoeenihgfpjijmpomaphmah?hl=en>

informacije o sebi, dijeliti ih s drugim članovima te komunicirati s njima. Obično je društveni život na društvenim mrežama nastavak ili nadogradnja *offline* odnosa, no ni to nije isključivo. Korištenje pravih imena i prezimena je na Facebooku norma. Ta je društvena mreža originalno bila plasirana kao proširenje društvenog života studenata na Harvardu, te su se u takvoj okolini osjećali ugodno koristiti prava imena. Kasnije su tu praksu preuzeli i korisnici izvan Harvarda, te je to postao dio Facebook etikete. Dio te norme je bio i prihvaćanje zahtjeva za prijateljstvo od osoba koje se upoznalo *offline*. Međutim s rastućom popularnosti Facebooka, neka su se pravila korištenja promijenila i neki su novi korisnici izabrali ne koristiti svoja prava imena (Shafie i suradnici, 2012:136). No nekorištenje pravog imena na Facebooku ne prikriva identitet korisnika. Vrlo je lako odrediti tko se krije iza pseudonima pomoću pregledavanja fotografija, praćenja objava i pregledavanja kontakata koje osoba ima. Također, često će korisnici koji ne upotrebljavaju svoje pravo ime na Facebooku sve ostale informacije točno popuniti. Tako da je njihov identitet nešto izmijenjen, ali nikako nije sakriven.

Društvene mreže idealan su alat za konstrukciju *online* identiteta. Istraživanje Ellison et al. (2006) pokazalo je kako se ljudi na društvenim mrežama ponašaju drugačije nego u anonimnim okruženjima. Ti rezultati imaju značajne implikacije za formaciju identiteta u *online* svijetu, s obzirom na to da se pokazalo da samoreprezentacija varira ovisno o prirodi okruženja (Mehdizadeh, 2010:357). Slika o sebi koja se projicira na društvenim mrežama dalekosežna je i obuhvaća svu publiku, odnosno veze i kontakte koje korisnik posjeduje, a nerijetko utječe i na percepciju izvan konteksta virtualnih zajednica. Međutim, ukoliko se *online* i *offline* verzija nepomirljivo razlikuju, osoba će biti prozvana. Zato je korisnicima društvenih mreža u cilju pažljivo manipulirati dojmovima.

Dok je na pozornici, osoba može poduzeti nekoliko koraka kako bi projicirala optimalnu sliku o sebi svojoj publici. Može predstaviti neke važne karakteristike koje bi inače ostale skrivene, zrcaliti neke društvene vrijednosti, iznositi lažne ili obmanjujuće činjenice ili održati određenu razinu udaljenosti kako bi se stvorio dojam tajanstvenosti (Goffman, 1959, p. 30). Ovim metodama, osoba pokušava usmjeriti svoj identitet u smjeru koji sama odabire, umjesto da taj smjer isključivo diktiraju drugi. Međutim, to lice se s vremenom institucionalizira, postaje „kolektivna reprezentacija“ tog identiteta, zbog čega se osoba često mora prilagoditi stereotipima o toj reprezentaciji da bi uspjela (Vitak, 2008:11).

Prethodna su istraživanja pokazala kako *online* okolina može izmijeniti identitete, pa pojedinci objavljuju više informacija o sebi nego putem drugih medija komunikacije (Christofides et al., 2009; Gibbs et al., 2006). Nedavni je pregled literature pokazao kako su identiteti proizvedeni *online* na mrežama poput Facebooka realistični i iskreni (Hew, 2011) jer korisnici shvaćaju kako će objavljivanje netočnih ili lažnih informacija naići na prepitivanje i neodobravanje prijatelja. Također je otkriveno kako pojedinci imaju tendenciju uljepšavati istinu u svojim *online* predstavljajima sebe, poput selektivnog prikazivanja laskavih fotografija sebe (Gibbs et al., 2006; prema Chen i Marcus, 2012:2092).

Popularnost društvenih mreža među studentima uzrokuje brisanje granica između njihovih *online* i *offline* identiteta. Nesigurnost, samopromocija i samopercepcija često utječu na *online* identitete studenata. Istraživanje Shafie et al. (2012) proučava tekstualne *online* identitete i upravljanje vizualnim dojmom ispitujući korisnikov izbor korisničkog imena, jezika i profilnih fotografija na Facebook profilu. Istraživanje pokazuje kako se *online* identiteti studenata te njihove vizualne reprezentacije rekonstruiraju na temelju vrijednosti koje se vezuju uz percepciju njihovih vršnjaka, socijalnih veza i popularnosti. Profili studenata sadrže fotografije i informacije koje predstavljaju njihove stvarne identitete te projekcije svog idealnog sebstva kao *online* identiteta (Shafie i suradnici, 2012:134). Upravljanjem vizualnim dojmovima na društvenim mrežama pod utjecajem je vršnjaka te je povezano sa slikom idealnog sebstva. Slike koje su izabrane za profilne fotografije predstavljaju željene predodžbe korisnika (Tufekci, 2008; prema Shafie i suradnici, 2012:136).

4.2. Online osobnost i offline reperkusije

Doživljaj sebe može se podijeliti u dvije kategorije: „sadašnje sebstvo“, identitet koji se uspostavlja u odnosu prema drugima i „moguće sebstvo“ koje je identitet nepoznat drugima. Korisnici mogu postići potonji selektivnim neotkrivanjem pojedinih informacija, skrivanjem nepoželjnih fizičkih i karakternih osobina te igranjem uloga. Taj je efekt najizraženiji u anonimnim *online* zajednicama, gdje ne postoji odgovornost i može se ispoljiti „pravo“ sebstvo.

Za razliku od anonimnih *online* okruženja, neanonimne postavke postavljaju više zapreka slobodi preuzimanja identiteta. Oni nude idealan okvir za prezentaciju

„željenog mogućeg sebstva“, podgrupe mogućeg sebstva. Ovaj stadij naglašava relativno realistične, društveno poželjne identitete koje bi osoba voljela ostvariti u odgovarajućim uvjetima (Mehdizadeh, 2010:358). Mnogim je ljudima jedna od najzanimljivijih karakteristika Interneta bila mogućnost poigravanja identitetom. U virtualnom svijetu korisnici mogu stvoriti ispravan prikaz svojih *offline* identiteta, ili mogu manipulirati svojim identitetima do željenog nivoa, obično s malo ili nimalo posljedica (Vitak, 2008:84).

Istovremeno, postoji snažna motivacija za ponašanjem konzistentnim s pripisanim si osobinama, uvjerenjima i radnjama (Cialdini & Goldstein, 2004, p. 607). Zbrojeni, ovi faktori donose određenu ravnotežu u pojedincu dok on pokušava zadržati, i često uljepšati, svoj doživljaj sebe (Vitak, 2008:10). Postoje slučajevi u kojima pojedinac nsvjesno ne želi dati točan prikaz sebe. Igranjem na tendenciju publike da prihvati izvedbene znakove bez propitkivanja, pojedinac se može naći u prilici da lažno reprezentira svoj identitet i nasamari publiku. Pogrešno predstavljanje sebstva spada u spektar koji rangira od blagih preuveličavanja pojedinčevih postignuća i zasluga, do potpunih laži o vlastitom identitetu. Razlozi za to također variraju od želje osobe da se prikaže boljom nego što jest, pokušaja humora, zaštite privatnosti ili malicioznih razloga poput prijevare (Vitak, 2008:13). Korisnici većih društvenih mreža obično žele predstaviti točnu ili tome vrlo blisku reprezentaciju svog identiteta jer im ona olakšava pronalaženje i povezivanje s prijateljima, a i zbog toga što je mogućnost da ih se prozove zbog pogrešnog predstavljanja vlastitih osobina povećana time što je njihov profil dostupan na pregled i komentiranje velikom broju prijatelja, obitelji i poznanika (Vitak, 2008:84). Iako slično razmišljanje prevladava kod većine korisnika društvenih mreža, neki se korisnici ipak služe obmanjivanjem i preuveličavanjem svojih *offline* identiteta na svojim *online* profilima. Kada su upitani o istinitosti podataka na svom Facebook profilu, 14% sudionika odgovorilo je kako preuveličavaju i manipuliraju bar jedan dio informacija na svom profilu, dok gotovo polovica (47%) krije određene podatke zbog privatnosti, a njih 40% tvrdi da su informacije na njihovim profilima točne. Oni sudionici istraživanja koji manipuliraju svojim podacima navode kako to čine iz niza razloga, iako ih većina ležerno pristupa takvim uljepšanjima (Vitak, 2008:85). I dok je „stvarni“ identitet osobe ukupan zbroj osobina ličnosti i interakcija s drugima, virtualni identitet je u potpunosti konstruiran pomoću predočenih informacija o sebi, kao i komunikacije te osobe sa svojim *online* prijateljima (Vitak, 2008:30).

5. Narcizam i Facebook

Društvene mreže poput Facebooka nude korisnicima pogodnu metodu za održavanje velikog broja slabih veza. Dok održavanje jakih veza obično zahtijeva i podrazumijeva znatno veći utrošak vremena i energije, slabe se veze mogu zadovoljiti isključivo preko društvenih mreža. Facebook omogućuje svojim korisnicima da prate promjene u životima svojih slabih veza pregledavajući njihove objave na svom news feedu te čitanjem informacija koje su objavili na svojim profilima. Načini interakcije koje Facebook nudi su dopisivanje na timelinenu, u komentarima, slanje privatnih poruka, komentiranje fotografija i bockanje (Vitak, 2008:97).

Prošla su istraživanja pokazala kako se osobnost može točno iščitati s web stranica i kako je to iščitavanje vezano uz specifičan sadržaj stranice (e.g., Marcus et al., 2006; Vazire & Gosling, 2004; prema Buffardi i Campbell, 2008:1305). Korelacija testova osobnosti i zaključivanje o osobinama ličnosti koje se mogu izvesti na temelju web sadržaja od sličnog su značaja kao i oni zaključci koji se temelje na drugim reflektivnim ali neelektroničkim kontekstima, poput spavaćih soba (Vazire & Gosling, 2004; prema Buffardi i Campbell, 2008:1305).

Facebook je izabran kao predmet ovog istraživanja iz dva razloga. Prvi je taj što je najkorištenija društvena mreža među studentima, a drugi je što je najstrukturiranija društvena mreža koja nudi fiksni format čija nam konzistencija nudi kontroliranje uvjete usporedbe web stranica različitih korisnika (Buffardi i Campbell, 2008:1305).

Društvene su se mreže pokazale kao posebno plodno tlo za samoregulaciju narcisa jer nude pristup stotinama površnih i emocionalno hladnih odnosa. Društvene mreže nude i kontrolirane uvjete u kojima korisnik ima potpunu kontrolu nad vlastitom prezentacijom. Korisnici mogu prenositi poželjne informacije o sebi te mogu izabrati atraktivne, samopromovirajuće fotografije. Ovaj tip virtualne arene omogućuje narcisima da ostvare beskonačan broj beznačajnih odnosa te im pruža sredstva za hvalisanjem vlastitim pozitivnim osobinama (Mehdizadeh, 2010:358).

S obzirom na to da Facebook nije anonimna društvena mreža, korisnici bi mogli biti motivirani održavati *offline* imidž i ispunjavati svoje društvene uloge koje zrcale njihovo *online* ponašanje (Burke, 1980; Burke & Tully, 1977). Nameće se pitanje o

reprezentaciji i poimanju narcisa. Doživljavaju li ljudi svoje prijatelje narcise više narcističkima *online* u odnosu na *offline* situacije? (Buffardi i Campbell, 2008:1312)

Narcizam je sveprisutan obrazac grandioznosti, potreba za obožavanjem i pretjeran osjećaj vlastite važnosti. Povezuje se s pozitivnim viđenjem vlastitih osobina poput inteligencije, fizičke privlačnosti i moći. Središnje mjesto u većini teorijskih modela narcizma je korištenje društvenih odnosa u svrhu reguliranja narcističkog samopouzdanja. Međutim, narcisi se ne fokusiraju na međuljudsku intimnost, toplinu i druge pozitivne aspekte veza, nego ih koriste kako bi se prikazali popularnima i uspješnima, a za romantične partnere traže privlačne i uspješke ljude. Unatoč tendenciji da traže mnogo površnih, ispraznih odnosa, narcisi ih rijetko održavaju dug period vremena (Mehdizadeh, 2010:358).

Odnos narcizma i društvenih mreža pobudio je interes popularnih medija i znanstvenih istraživanja (Buffardi & Campbell, 2008). Twenge i Campbell (2009) tvrde da je narcizam epidemija koja je eskalirala u posljednja dva desetljeća. Njihovo je istraživanje na preko 16 000 studenata pokazalo da današnji studenti ostvaruju znatno više rezultate na standardiziranom upitniku za narcizam - Narcissism Personality Inventory - od svojih vršnjaka samo 20 godina ranije. Štoviše, čak dvije trećine studenata pokazuju visok stupanj narcizma (Raskin & Shaw, 1988) u usporedbi s polovinom studenata koji su iste testove rješavali kasnih sedamdesetih i ranih osamdesetih. Bergman i suradnici (2011) tvrde da je narcizam u porastu zahvaljujući općim vrijednostima. Mlađe generacije, uključujući Net generaciju rođenu osamdesetih i iGeneraciju rođenu devedesetih (Rosen, Carrier, & Cheever, 2010), pokazuju snažnu potrebu za prijavljivanjem svojih aktivnosti na društvenim mrežama te vjeruju da njihova publika mari za njihove objave, što je simptomatično za narcistički poremećaj ličnosti. Daljnje studije sugeriraju kako društvene mreže pogoršavaju i ohrabruju pojavu narcizma (Bergman et al., 2011; Buffardi i Campbell, 2008; Carpenter, 2012; McKinney, Kelly i Duran, 2012; Ryan i Xenos, 2011) jer ohrabruju objavu statusa i fotografija, te omogućuju komentiranje tuđih statusa i fotografija. Na takvim stranicama ljudi često prijavljuju postojanje površnih prijateljstava, samopromociju i taštinu (Bergman et al., 2011; prema Rosen i suradnici, 2013:1244).

5.1. Aspekti društvenih mreža koji pogoduju narcizmu

Mehdizadeh (2010) tvrdi da kontrolirani uvjeti ovih stranica odgovaraju narcisima jer korisnici društvenih mreža mogu kontrolirati svoje profilne slike tako da daju iskrivljenu sliku stvarnosti, imaju kontrolu nad sadržajem statusa koje objavljuju, podacima koje žele uvrstiti u svoju biografiju te popis događaja koje pohađaju, pa čak i popis prijatelja kako bi se prikazali privlačnijima. Hipotezu Mehdiadeh podupire istraživanje koje pokazuje kako oni koji su više plasirani na Inventaru narcističke osobnosti (NPI) upotrebljavaju društvene mreže u svrhu samopromidžbe (Buffardi i Campbell, 2008) te koriste više osobnih zamjenica poput ja i mene, a stavljaju i više izazovnih fotografija (DeWall, Buffardi, Bonser i Campbell, 2011).

Druga su istraživanja pokazala kako je dobar pokazatelj visokog pozicioniranja na ljestvici narcizma količina vremena provedena na Facebooku te njegovo učestalo provjeravanje (Mehdizadeh, 2010; Ryan i Xenos, 2011). Nedavno je neuropsihološko istraživanje pokazalo da se objavljivanjem informacija o sebi u mozgu aktivira sustav intrinzične nagrade na sličan način na koji ga aktivira zadovoljenje primarnih potreba poput potreba za hranom i seksom (Tamir & Mitchell, 2012), a Sheng, Gheytanchi, i Aziz-Zadeh (2010) pokazali su kako se kod narcisa bilježi pojačana aktivnost u medijalnom prefrontalnom korteksu, dijelu mozga koji se povezuje s povezivanjem kognitivnog i emocionalnog sustava. Amati, Oh, Kwan, Jordan i Keenan (2010) pokazali su kako stimuliranje medijalnog prefrontalnog korteksa u narcisa zapravo smanjuje lažne tvrdnje, što je uobičajena osobina ličnosti ljudi s narcističkim poremećajem ličnosti (Rosen i suradnici, 2013:1245).

Devet od petnaest predviđatelja poremećaja ličnosti obuhvaća upotrebu Facebooka. Snažni indikatori za dva takva poremećaja (narcizam i histrionski poremećaj ličnosti) su korištenje Facebooka u svrhu upravljanja dojmovima te velik broj prijatelja. To potkrepljuju i brojne studije koje pokazuju kako društveni mediji služe narcisima kao platforma za samopromociju (Rosen i suradnici, 2013:1251).

Narcizam je povezan s velikim brojem društvenih odnosa i samopromovirajućim samoreprezentacijama. Pronađene su dvije razlike između narcizma „u stvarnom svijetu“ i u *online* zajednicama. Navodi narcisa ocijenjeni su kao manje zabavni. Ovo je u suprotnosti s uvriježenim dojmom o narcisima kao ljudima koji su zabavni pri prvom upoznavanju (e.g., Paulhus, 1998). Jedno od mogućih objašnjenja za ovu

razliku je da se narcisi više oslanjaju na atraktivne fotografije kao točnije reprezentacije sebe, i ne posvećuju dovoljno pažnje pisanju objava. Druga je razlika donekle točna procjena narcizma korisnika od strane nepristranih promatrača (Buffardi i Campbell, 2008:1310).

Rezultati impliciraju da se na društvenim mrežama nalazi visok postotak narcisa. Zbog toga što narcisi imaju više kontakata na Facebooku od nenarcisa, u prosječnoj će društvenoj mreži narcisi biti zastupljeni u disproporcionalno velikom broju. Također se javlja mogućnost da će se, zbog pojačane izloženosti narcisima i samopromociji, norme izražaja na društvenim mrežama promijeniti u smjeru veće samopromidžbe (Buffardi i Campbell, 2008:1312).

Narcisi koriste društvene mreže za održavanje napuhane slike o sebi, i ako su drugi korisnici društvenih mreža izloženi povišenim razinama narcističkih ličnosti, pridonose li te *online* zajednice rastućoj razini narcizma? Na temelju donesenih zaključaka istraživanje Buffardi i Campbell nije u mogućnosti odgovoriti na ovo pitanje (Buffardi i Campbell, 2008:1311).

Ackerman i suradnici (2011) su prvi društveno škodljiv element narcizma nazvali grandiozni egzibicionizam (GE). Ovaj aspekt narcizma uključuje taštinu, egocentričnost, superiornost i egzibicionističke tendencije. Ljudi koji su se visoko pozicionirali u ovom aspektu narcizma imaju potrebu neprestano biti u centru pažnje. Govore šokantne stvari i objavljuju neprikladne informacije o sebi jer ne mogu podnijeti ignoriranje. Iskoristit će svaku priliku za samopromociju. Sama činjenica da plijene pažnju im je dovoljna. Pažnja pak nije dovoljna onima koji posjeduju drugi negativni aspekt narcizma nazvan polaganje prava/iskorištavanje (EE). Ackerman i suradnici (2011) tvrde da ovaj aspekt podrazumijeva polaganje prava na poštovanje te volju za manipulacijom i iskorištavanjem drugih. Ova težnja nadilazi puku potrebu za pažnjom povezanu s GE, jer ljudi koji imaju osobine EE osjećaju da zaslužuju sve. Ne dopuštaju da im osjećaji i potrebe drugih ometaju vlastite ciljeve (Carpenter, 2012:483). Osobe s visokim GE teže zadobiti pažnju što je više ljudi moguće (Ackerman et al., 2011; prema Carpenter, 2012:483).

Predviđa se da će takve osobe, s obzirom na to da su gladne pažnje, imati velik broj prijatelja. Ako traže širu publiku, također se predviđa da će prihvaćati zahtjeve za prijateljstvo od nepoznatih ljudi. Također mogu pokušavati pridobiti pažnju čestim objavama novih sadržaja. Objave statusa, svojih fotografija, mijenjanje profilne fotografije i sadržaja profila neke su od metoda zadobivanja pažnje. Takve se

radnje nazivaju samopromocijom te se predviđa da su u skupini pozitivno povezane s GE (Carpenter, 2012:483).

Ackerman i suradnici (2011) otkrili su da je EE povezan s antisocijalnim ponašanjem koje upućuje na to da se od drugih očekuje podilaženje narcisovim potrebama bez reciprociteta. U *offline* svijetu, ljudi s visokim EE očekuju usluge u vidu vremena, novca, društvene potpore i poštovanja. Iako je vrijeme i novac teže potraživati na Facebooku, ljudi s visokim EE očekuju društvenu potporu i poštovanje. Neka istraživanja pokazuju kako oni koji dobiju društvenu potporu na Facebooku manje pate od stresa (Wright et al., 2007). Predviđa se da će Facebook korisnici s visokim EE zahtijevati društvenu potporu i poštovanje, ali je neće pružiti drugima (Carpenter, 2012:483).

5.2. Pregled istraživanja o povezanosti narcizma i društvenih mreža

Istraživanje Mehdizadeh (2010) proučavalo je Facebook jer ga koristi najviše mladih korisnika i jer profilne stranice imaju fiksiran, strukturiran format. Taj tip konzistencije omogućava kontroliranu usporedbu korisnika stranice. Istraživanje proučava učinak narcizma i samopouzdanja na *online* društvene aktivnosti i njihovu povezanost sa samopromovirajućim sadržajima, kao i proučavanje kako se pojedine *offline* osobine ličnosti manifestiraju u neanonimnim *online* društvenim okruženjima. Jedan je od fokusa ovog istraživanja proučavanje utjecaja *offline* narcizma na Facebook aktivnost. S obzirom na to da ta društvena mreža nudi razne načine za samopromociju i mogućnost sklapanja i održavanja plitkih poznanstava, hipoteza je da će se narcisi više angažirati u Facebook aktivnostima (Mehdizadeh, 2010).

Istraživanje Buffardi i suradnika (2008) bavi se proučavanjem veze između narcizma i društvene aktivnosti u *online* zajednici. Istražilo je poveznice između narcizma i sadržaja društvenih mreža. Konzistentno s prošlim istraživanjima, postavili su hipoteze da bi visoka razina narcizma trebala korelirati s povećanom društvenom aktivnosti - hipoteza 1, i samopromocijom u slikama i tekstovima - hipoteza 2. Testirali su mogu li korisnici gledajući nečiji profil odrediti osobine ličnosti i stupanj narcizma vlasnika. Konzistentno s prijašnjim istraživanjima osobnosti i društvenih mreža, predvidjeli su da će korisnici lako prepoznati narcizam i općenite osobine

ličnosti povezane s njim - hipoteza 3. Kao posljedicu toga, hipotetizirali su da će narcistički sadržaj web stranice biti povezan s narcističkim impresijama promatrača - hipoteza 4. Također su ispitali koji je sadržaj stranice najutjecajnije pri formiranju mišljenja o narcizmu - hipoteza 5 (Buffardi i suradnici, 2008).

Sudionici istraživanja ispunili su standardizirani upitnik za narcizam (Narcissistic Personality Inventory). Pri ocjenjivanju korisnika koje ne poznaju, sudionici su ovog istraživanja vrlo dobro mogli predvidjeti narcizam korisnika stranice, sudeći isključivo po njenom sadržaju. Dojmovi o narcizmu nepoznatih korisnika odnosili su se na iste one elemente Facebook profila na koje su se odnosili i rezultati upitnika za narcizam, kao i na tri dodatna elementa: količinu informacija koju je korisnik o sebi predočio, samopromovirajuće fotografije i provokativne fotografije.

Cilj ovog istraživanja bio je proučiti kako se narcističke osobine manifestiraju na društvenim mrežama, a rezultati pokazuju kako se narcisi na društvenim mrežama ponašaju i prikazuju na način sličan onome na koji to čine u stvarnim, *offline* situacijama (Buffardi i suradnici, 2008).

Istraživanje Carpenter (2012) testiralo je hipotezu da će se na temelju dva društveno razorna elementa narcizma (grandiozni egzibicionizam i polaganje prava/iskorištavanje) moći predvidjeti uzorak ponašanja na Facebooku. Grandiozni egzibicionizam povezivao se s ponašanjima kojima je cilj bio predstavljanje sebe što je moguće široj publici preko objava statusa, fotografija do stvaranja velikog broja Facebook prijateljstava. Polaganje prava/iskorištavanje povezano je s antisocijalnim ponašanjem poput osvećivanja za negativne komentare o sebi, čitanje objava statusa drugih kako bi se provjerilo spominje li ih se, te traženje više društvene potpore nego što je se pruža. Podaci su, s nekoliko iznimaka, konzistentni s ovim hipotezama. Iznenadujuće je da je unatoč tome što je polaganje prava/iskorištavanje označeno kao društveno razorniji aspekt narcizma, samo grandiozni egzibicionizam bio predviđatelj ljutih reakcija na percipirano društveno zanemarivanje, dok su oba aspekta bila povezana s osvećivanjem zbog negativnih komentara o sebi (Carpenter, 2012).

Negativne strane i propusti istraživanja su neraznolikost dobnih skupina ispitanika. Sudionici su većinom bili studenti. To istovremeno i jest i nije propust, jer se ponašanja različitih generacija na društvenim mrežama, i internetu općenito, razlikuju. Upravo su sadašnji studenti ona populacija na čiji su način života i formiranje odnosa društvene mreže imale najviše utjecaja. Također mnogi navode

kako ni raspodjela među spolovima nije bila u ravnopravnom omjeru, u većini su istraživanja prevladavale žene. Što se tiče prijavljivanja vremena provedenog na Facebooku, sudionici su istraživanja sami procjenjivali taj podatak, što je moglo rezultirati pogrešnim informacijama.

Rezultati koji se tiču povezanosti narcizma i vremena provedenog na društvenim mrežama te njihovog učestalog provjeravanja nisu usuglašeni.

Viša pozicioniranost na standardiziranom upitniku za narcizam pozitivno su korelirali s brojem dnevnih provjera Facebooka i vremenom provedenom na Facebooku u istraživanju Mehdizadeh (2010) i Buffardi i suradnici (2008), a Ong i suradnici (2011) ističu kako narcizam pozitivno korelira i s učestalošću objavljivanja statusa (Panek i suradnici, 2013). Dok je istraživanje Bergman i suradnika (2011) pokazalo kako narcizam nije značajno povezan s vremenom koje ispitanici provode na društvenim mrežama, učestalošću objava statusa i drugih aktivnosti na društvenim mrežama.

Narcizam pozitivno korelira s brojem prijatelja (Buffardi i suradnici, 2008; Bergman i suradnici, 2011).

Rezultati istraživanja Mehdizadeh (2010) ukazuju na značajnu pozitivnu korelaciju narcizma i samopromidžbenih sadržaja u sljedećim područjima: profilna fotografija, fotografije, objava statusa i bilješkama. U istraživanju Buffardi i suradnici (2008) stupanj narcizma korelirao je s atraktivnošću profilne fotografije, samopromidžbenošću i privlačnošću profilne fotografije. Korisnici koji su se pozicionirali više na NPI objavljuju privlačnije profilne fotografije.

Narcizam je također je pozitivno korelirao s vjerovanjem ispitanika da su njihovi prijatelji na društvenim mrežama zainteresirani za to što rade, kao i za njihovom željom da ih obavijeste o tome što rade (Bergman i suradnici, 2011).

Narcizam je pozitivno korelirao s prijavljenom važnošću održavanja pozitivne slike o sebi na društvenom profilu. Iako narcizam nije bio značajno povezan s izvještajima ispitanika o ponašanju na društvenim mrežama, bio je povezan s njihovim razlozima za objavu statusa i slikom o sebi koju žele projicirati. Narcizam je pozitivno povezan s uvjerenjem Milenijske generacije da druge zanima što rade. Važnost imidža koji se projicira putem društvenih mreža također je povezana s narcizmom. Ovaj je rezultat konzistentan s prethodnim istraživanjima koja su pronašla vezu između narcizma i samopromovirajućeg sadržaja na društvenim mrežama (Buffardi & Campbell, 2008; prema Bergman i suradnici, 2011).

Narcizam korisnika korelirao je i sa samopromovirajućim materijalom: samopromovirajućim citatima i zabavnim objavama. Korelacije su pokazale kako narcistički korisnici objavljuju granično više samopromovirajućeg materijala od onih s niskim narcizmom, kao i da su njihove objave manje zabavne i pametne od nenarcističkih korisnika (Buffardi i suradnici, 2008). Ovi su rezultati malo iznenađujući jer su u suprotnosti sa šarmantnim površnim dojmom koji narcis ostavlja u *offline* komunikaciji, a jedno je od mogućih objašnjenja to da se narcisi više oslanjaju na atraktivne fotografije kao točnije reprezentacije sebe, i ne posvećuju dovoljno pažnje pisanju objava.

Što se percepcije narcizma tiče, ona je povezana je s povećanim društvenim interakcijama na Facebooku i većim količinama informacija koje korisnik objavljuje o sebi. Dojmovi ocjenjivača o narcizmu korisnika profila bili su pozitivno povezani s objavama fotografija koje su bile percipirane kao više samopromovirajuće, provokativne i zabavne (Buffardi i suradnici, 2008). Također je ustanovljeno da su dojmovi o narcizmu korisnika koji se temelje isključivo na gledanju Facebook profila donekle točni. (Buffardi i suradnici, 2008)

Istraživanje Carpenter (2012) pokazalo je kako je grandiozni egzibicionizam jedini značajni predviđač samopromotivnog Facebook ponašanja. Također je predviđeno da će grandiozni egzibicionizam biti povezan s većim brojem prijatelja te da će ljudi s izraženim grandioznim egzibicionizmom tražiti veću publiku kako bi si osigurali pažnju. Predviđeno je i da će biti pozitivno povezan s učestalošću kojom sudionici istraživanja prihvataju strance za prijatelje u svrhu proširivanja svoje publike. Regresivni modeli pokazuju kako je polaganje prava/iskorištavanje značajan prediktor osvećivanja zlim komentarima, traženja više društvene potpore i provjeravanja Facebooka u svrhu provjeravanja što drugi pišu o njima. Ovi su odnosi konzistentni s predviđenim uzorkom povezanosti polaganja prava i antisocijalnog ponašanja. S druge strane, nije predviđeno da će se osobe s visokim polaganjem prava naljutiti kada im ljudi ne komentiraju status. Ovo je zadnje otkriće nekonzistentno s hipotezom. Podaci podupiru očekivanja da će polaganje prava biti povezano s ponašanjem koje se fokusira na vlastite potrebe bez obaziranja na potrebe drugih. Rezultati su ukazali i na neočekivanu poveznicu između grandioznog egzibicionizma i antisocijalnog ponašanja. Grandiozni je egzibicionizam značajno povezan s povećanom vjerojatnošću odmazde zbog zlih komentara, iako je ova povezanost slabija od one s polaganjem prava. Osim toga, grandiozni egzibicionizam

je povezan s potraživanjem društvene potpore koju se ne uzvraća. Iako polaganje prava nije bilo značajan prediktor ljutnje zbog nedostatka komentara na vlastiti status, grandiozni egzibicionizam je pozitivno povezan s ovom reakcijom (Carpenter, 2012).

6. Zaključak

Društvene mreže su medij koji može ohrabriti narcističke tendencije jer su prikladna platforma za taštinu, samopromociju i akumuliranje velikog broja površnih prijateljstava, što su sve karakteristike narcizma.

Potencijal korištenja društvenih mreža poput izgradnje identiteta i menadžment dojмова odgovara korisnicima koji održavaju svoj društveni identitet predstavljajući svoje *online* sebstvo koje je uljepšana verzija njihovog *offline* sebstva. S obzirom na to da identiteti nisu fiksni i stabilni, već uvijek u izgradnji i fiktivni, te da je konstrukcija identiteta proces koji podrazumijeva subjekt koji čini „objave identiteta“ te publiku koja je zaslužna za „smještaj identiteta“, zadatak je korisnika profila da se biranim sadržajem predstavi na onaj način kako želi da ga publika percipira. Ovo predstavljanje idealnog sebstva se vrlo lako postiže uz pomoć društvenih mreža a korisnici imaju potpunu kontrolu nad sadržajem svog profila, što posebno odgovara narcisima koji imaju napuhanu sliku o sebi, vjeruju da su posebni i jedinstveni. Materijal koji objavljuju na svojim profilima veoma je samopromovirajuć te bi u drugih trebao izazvati divljenje i potvrdu narcisove grandioznosti. Narcisi su svjesni važnosti održavanja pozitivne slike o sebi pomno birajući sadržaj objava na svom profilu. Uvjerenost u to da druge zanima što oni rade također je pozitivno korelirala s narcizmom. Oni očekuju poseban tretman dok ga istovremeno nisu spremni uzvratiti. Više vremena provode uređujući vlastiti profil nego provjeravajući tuđe. Narcisi žude za pažnjom i odobravanjem drugih te traže vanjske izvore obožavanja i pažnje kako bi održali vlastito samopouzdanje jer ga sami ne mogu regulirati. Imaju velik broj prijatelja na društvenim mrežama jer to smatraju potvrdom svoje grandioznosti. Nemaju empatiju i imaju malo bliskih odnosa, ali untoč tome žude za društvenim kontaktom jer im drugi služe kao izvor obožavanja i pažnje. Facebook je idealan medij za održavanje tih slabih veza uz odavanje privida popularnosti. No, ukoliko se

osjete zakinutima za pažnju ili kritiziranima, skloni su agresivnom i osvetničkom ponašanju.

Porast narcističkih obilježja i porast korištenja društvenih mreža dogodio se gotovo simultano. Nije sasvim jasno postoji li izravna veza između te dvije pojave. Istraživanja nisu donijela konkretne zaključke o utjecaju korištenja društvenih mreža na osobnost korisnika, no činjenica je da su to platforme koje izrazito pogoduju narcističkim ličnostima. Narcisi ne propuštaju priliku za dokaz svoje grandioznosti, te je na društvenim mrežama njihova koncentracija zbog velikog broja prijatelja relativno visoka. A budući da vole plijeniti pažnju, njihove su objave šokantnije i provokativnije od prosječnog korisnika. Pri dužoj izloženosti takvom ponašanju, moguće je da i u nenarcističkih korisnika takav pristup *online* identitetu postane norma.

7. Bibliografija:

1. Pinsky, D., Young, M. (2009) *The Mirror Effect: How Celebrity Narcissism Is Seducing America*. Harper Collins e-books.
2. Janeš, A. (2012) *Narcistični i granični poremećaj ličnosti: sličnosti i razlike*. Diplomski rad. Zagreb: Medicinski fakultet.
3. Holmes, J. (2003) *Narcizam*. Zagreb: Jesenski i Turk
4. Chen, B., Marcus, J. (2012) Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. *Computers in Human Behavior*, 28, 2091–2099.
5. Rosen, L.D., Whaling, K., Rab, S., Carrier, L.M., Cheever, N.A. (2013) Is Facebook creating "iDisorders"? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. *Computers in Human Behavior*, 29, 1243–1254.

6. McLean, J. (2007) *Psychotherapy with a Narcissistic Patient Using Kohut's Self Psychology Model*. *Psychiatry* (Edgmont), 4 (10), 40–47.
7. Shafie, L. A., Nayanb, S., Osmanc, N. (2012) Constructing Identity through Facebook Profiles: Online Identity and Visual Impression Management of University Students in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 134 – 140.
8. Mehdizadeh, S. (2010) Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 13 (4), 357-364.
9. Ping-Suen Yang, Tiao-Lai Huang (2004) Pessimistic Mood in Decompensated Narcissistic Patient. *Chang Gung Medical Journal*, 27 (4), 318-321.
10. Buffardi, L. E., Campbell, W. K. (2008) Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34 (10), 1303-1314.
11. Carpenter, C.J. (2012) Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. *Personality and Individual Differences*, 52, 482–486.
12. Bergman, S. M., Fearrington, M. E., Davenport, S. W., Bergman, J. Z. (2011) Millennials, narcissism, and social networking: What narcissists do on social networking sites and why. *Personality and Individual Differences*, 50, 706–711.
13. Panek, E. T., Nardis, Y., Konrath, S. (2013) Mirror or Megaphone?: How relationships between narcissism and social networking site use differ on Facebook and Twitter. *Computers in Human Behavior*, 29, 2004–2012.
14. Cifrić, I., Nikodem, K. (2006) Socijalni identitet u hrvatskoj: Koncept i dimenzije socijalnog identiteta. *Socijalna ekologija*, 15 (3), 173 – 202.

15. Vitak, J. M. (2008) *Facebook "friends": How online identities impact offline relationships*. Thesis. Washington D.C.: Georgetown College.
16. Atkinson, R. L., Hilgard, E. (2007) *Uvod u psihologiju*. Zagreb: Naklada Slap
17. Anić, V. (2004) *Veliki rječnik hrvatskoga jezika*, Zagreb: Novi Liber.
18. Hrvatski jezični portal, <http://hjp.novi-liber.hr>, pregled: 30.1. 2014.
19. Wikipedia, <https://www.wikipedia.org/>, pregled: 30.1.2014.
20. Pies, R. (2011) How To Eliminate Narcissism Overnight. *Innovations in Clinical Neuroscience*, 8 (2), 23–27.